

3. Рожко О. Д. Світовий досвід венчурного фінансування як сучасної форми інвестування / О. Д. Рожко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2056>
4. Сас Б. Б. Розвиток системи венчурного фінансування в Україні / Б. Б. Сас [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://econa.org.ua/index.php/econa/article/viewFile/635/pdf\\_250](http://econa.org.ua/index.php/econa/article/viewFile/635/pdf_250)
5. Ступак С. М. Досвід та перспективи венчурного фінансування інноваційної діяльності / С. М. Ступак [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1628/1/Досвід%20та%20перспективи%20венчурного%20фінансування%20інноваційної%20діяльності.pdf>
6. Янченко З. Б. Сучасні особливості та перспективи розвитку венчурного фінансування в Україні / З. Б. Янченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=361>.

УДК 339.372.84:339.372.5(100+477)

**В. А. Клапчук** – аспірант кафедри географії України Львівського національного університету імені Івана Франка

### Міжнародні торговельні мережі у світі та їх розвиток в Україні

*Роботу виконано на кафедрі географії України ЛНУ ім. І. Франка  
Науковий керівник: **Р. М. Лозинський** – професор, доктор географічних наук, завідувач кафедри географії України ЛНУ ім. І. Франка*

Проаналізовано торговельні мережі як прояв глобалізації, перші супермаркети світу, як основні заклади, що формують торговельну мережу, а також їх винахідників. Охарактеризовано класифікацію торговельних мереж світу компанією GT Partners Ukraine. Досліджено міжнародні торговельні мережі України, географію їх діяльності та особливості розвитку.

**Ключові слова:** торговельна мережа, супермаркет, гіпермаркет, регіон покриття, міжнародна торговельна мережа.

**Klapchuk V. A. Analyzed Retailers As a Manifestation of Globalization.** The first supermarket in the world as major institutions that form retailers and their inventors. The world known retail classification by GT Partners Ukraine. Studied international trade network of Ukraine, geography and characteristics of their development.

**Key words:** retail, supermarket, hypermarket, region covering, the international trade network.

Із проголошенням незалежності України настав новий етап в її економічному розвитку. Розпочалося формування торговельних мереж, що поступово поширювалися на території України: національних, регіональних, локальних та міжнародних. Розповсюдження мереж є досить нерівномірним явищем, як за областями, так і за населеними пунктами. Міжнародні торговельні мережі з'являються на території України з 2000 р. і дають поштовх до реформування національних торговельних мереж.

Роздрібна торговельна мережа – це загальна сукупність стаціонарних, нестаціонарних, пересувних, віртуальних суб'єктів роздрібного продажу товарів і

послуг, об'єднаних за територіальною ознакою [2]. Торговельна мережа забезпечує можливість швидко, зручно, з мінімальною затратою сил і часу отримувати потрібні товари й послуги в умовах вільного вибору з широкого асортименту, недалеко від місця роботи та житла [10].

Сьогодні торговельні мережі представлені такими стаціонарними закладами торгівлі, як мінімаркети, супермаркети, гіпермаркети, дискаунтери та ін. Основна відмінність між цими закладами полягає у різниці між площею закладів та торговельною політикою. Найпоширенішим представником торговельних мереж є супермаркети. Супермаркет – це відносно великий магазин самообслуговування з переважно продовольчим асортиментом. Ці заклади частково нагадують колишні радянські традиційні універсами. Інститут маркетингу продуктів харчування США (Food Marketing Institute) визначає супермаркет як продовольчий магазин самообслуговування з відділами бакалійних, м'ясних і сільськогосподарських товарів, мінімальний річний обсяг продаж якого становить 2 млн дол. США [3]. Площа супермаркету становить від 200 кв. м до 5000 кв. м. Основною метою супермаркету є задоволення повсякденних потреб споживача. Таким чином, супермаркети пропонують великий асортимент товарів першої необхідності та поступово витісняють стихійні ринки. Через ширший асортимент товарів та можливість самообслуговування супермаркети також витісняють магазини поблизу дому.

Перші супермаркети були винаходом мешканця США Майкла Каллена в м. Геррін (штат Іллінойс). Він визнаний винахідником сучасного супермаркету Смітсонівським інститутом. У 1930 р. Каллен відкрив перший супермаркет у приміщенні колишнього гаража, при якому для зручності покупців була безкоштовна стоянка автомобілів. Винахідник також заснував торговельну мережу супермаркетів «King Kullen». Мережа розвивається у третьому поколінні нащадків Майкла Каллена. На сьогодні його мережа є 72-ю за величиною у США [7].

Таблиця 1

**Рейтинг міжнародних світових ритейлерів за 2014 р.  
на основі їх доходів від продажів по всьому світу\***

Торгова мережа	Країна походження	Дохід від продажів, млрд грн	Рік заснування	Кількість закладів по всьому світу
Walmart	США	363,36	1962	понад 10 130
Costco	США	83,05	1983	674
The Kroger Co	США	81,73	1883	2774
Schwarz Group (LIDL, Kaufland)	Німеччина	79,3	-	понад 10 000
Tesco	Великобританія	76,49	1919	7817
Carrefour	Франція	74,71	1958	10 102
Aldi	Німеччина	65,1	1946	9600
Metro Group	Німеччина	63,04	1964	2100
Target	США	54,72	1902	1801
Auchan	Франція	53,5	1961	67

\* Джерело: [4].

В Україні та світі прийнято класифікувати торговельні мережі за регіоном покриття. Це поняття застосовують маркетологи. Буквально, регіон покриття – це географічний регіон держави, в якому є хоча б один заклад, який представляє певну торговельну мережу. Всі сучасні заклади торгівлі за цим критерієм поділяють на:

- 1) міжнародні (заклади цієї мережі розміщені в декількох країнах);
- 2) національні (заклади такої мережі повинні бути розміщеними у понад п'яти областях України);

3) регіональні (заклади такої мережі розміщені у трьох-чотирьох областях України);

4) локальні (заклади таких мереж розміщені в одній-двох областях України) [1].

Торговельна мережа «Walmart» очолює список ТОП – 250 найбільших торговців (за даними National Retail Federation) (табл. 1). Сьогодні в Україні функціонує чотири міжнародні торговельні мережі, зокрема це METRO Group, BILLA, SPAR, Auchan (табл. 2).

Таблиця 2

**Міжнародні торговельні мережі України\***

Торговельна мережа	Рік заснування	Країна походження	Інші країни поширення	Рік відкриття в Україні	Міста поширення в Україні
Auchan	1961	Франція	Франція, Іспанія, Італія, Португалія, Люксембург, Росія, Польща, Угорщина, Румунія, Китай, Тайвань. Загальна кількість – 15 країн	2008	Кривий Ріг, Запоріжжя, Київ (5), Львів (2), Одеса, с. Борщагівка. Загальна кількість – 11
BILLA	1996	Австрія	Німеччина, Швейцарія, Франція, Австрія, Чехія, Угорщина, Словенія, Румунія, Хорватія, Болгарія, Україна.	2000	Київ (22), Бориспіль, Вишгород, Нікополь, Дніпропетровськ (2), Дніпродзержинськ, Запоріжжя, Харків (2), Суми, Кременчук, Херсон, Краматорськ, Житомир, Одеса (2). Загальна кількість – 38
METRO Group	1964	Німеччина	Австрія, Бельгія, Болгарія, Велика Британія, Греція, Данія, Індія та ін. Загалом 32 країни	2003	Київ (4), Полтава, Львів (2), Вінниця, Чернівці, Івано-Франківськ, Рівне, Житомир, Запоріжжя, Дніпропетровськ (2), Маріуполь, Харків (2), Одеса (3), Миколаїв, Кривий Ріг. Загальна кількість – 23
SPAR	1932	США/Нідерланди	Австралія, Австрія, Бельгія, Ботсвана, Греція, Данія, Японія та ін. Загалом 31 країна	2001	Дніпропетровськ (12), Кривий Ріг (4), Київ (4), Красnodон, Луганськ (7), Рубіжне, Щастя, Харків (3). Загальна кількість – 44

\* Джерело: [5; 6; 8; 9].

Аналізуючи дані табл. 2, робимо висновок про те, що першою міжнародною торговельною мережею, яка з'явилась в Україні була мережа «BILLA» (2000 р.). Найпізніше з'явилась торговельна мережа «Auchan» у 2008 р. й саме тому загальна кількість закладів цієї мережі є найменшою. Найбільше в Україні закладів торговельної мережі «SPAR», яка функціонує здебільшого на території Східної України. Торговельна мережа «METRO» характеризується більш рівномірним розповсюдженням по території України. Торговельна мережа «BILLA» розповсюджена в Центральній та Східній Україні. Французький ритейлер «Auchan» поширений у Центральній, Південній та Західній Україні.

Міжнародні торговельні мережі сьогодні є проявом глобалізації, адже їх поширення сприяє не тільки економічному розвитку країни походження мережі, а й тих країн в яких функціонує мережа. Також така співпраця сприяє поширенню певних торговельних традицій країни походження в інших країнах світу. В Україні поширені чотири міжнародні торговельні мережі. Найбільше їх сконцентровано в Центральній Україні, зокрема, у м. Київ. Для Західної України поширення міжнародних торговельних мереж не є таким стрімким, як у Центральній або Східній Україні. Також є області, де міжнародні торговельні мережі не здійснюють діяльності.

### ***Джерела та література***

1. GT Partners Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gtpartners.com.ua/>
2. Алопій В. В. Організація торгівлі : підручник; 2-ге вид., перероб. та доп. / [Алопій В. В., Міщук І. П., Ребицький В. М. та ін.] ; за ред. В. В. Алопія. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 616 с.
3. Липчук В. В. Маркетинг : навч. посіб. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. – Львів : Магнолія 2006, 2012. – 456 с.
4. Міжнародна компанія із збору статистичної інформації «Statista Inc.» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.statista.com/aboutus/>
5. Офіційний сайт торговельної мережі «Auchan» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.auchan.ua/>
6. Офіційний сайт торговельної мережі «Billa» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.billa.ua](http://www.billa.ua)
7. Офіційний сайт торговельної мережі «King Kullen» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [kingkullen.com](http://kingkullen.com)
8. Офіційний сайт торговельної мережі «METRO Group» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.metro.ua/](http://www.metro.ua/)
9. Офіційний сайт торговельної мережі «SPAR» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.spar.org.ua/](http://www.spar.org.ua/)
10. Торговое дело: экономика и организация / ред. Брагин Л. А., Данько Т. П. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 256 с.

УДК 336.761(477)

**М. І. Мальчик** – студентка 3 курсу  
факультету міжнародних відносин  
Східноєвропейського національного  
університету імені Лесі Українки

### **Перспективи розвитку вітчизняного фондового ринку в умовах посилення інтеграційних процесів**

*Роботу виконано на кафедрі міжнародних  
економічних відносин та управління  
проектами СНУ ім. Лесі Українки  
Науковий керівник: **Г. І. Коваль** –  
старший викладач кафедри міжнародних  
економічних відносин та управління  
проектами СНУ ім. Лесі Українки*

Розглядаються основи інтеграції фондових ринків різних країн світу в контексті глобалізації міжнародних економічних відносин. Винятковою важливим аспектом дослідження є становлення та розвиток фондового ринку України, його вихід на